

丁仁山 主編

求實 創新

1994

辽宁古籍出版社

序 言

辽宁人民广播电台在1994年的宣传实践中，又向前迈了一大步，可以说上了一个新台阶。

这样讲的根据是：

第一，再创优秀栏目。前二年推出的几个名牌栏目如《午间热线》、《华灯初上》、《欢乐的星期天》、《轻风夜话》等继续保持着昔日的清新风格，吸引着各自的听众；同时，又创出了《早间新闻》、《95·9直播室》、《95·9音乐城》、《开心都市》、《天天早报》、《司机你好》等一批新栏目，受到听众欢迎。

第二，涌现出一大批获奖作品。5篇作品获辽宁省优秀新闻板块节目奖（其中一等奖3篇）；24篇作品获辽宁广播奖（其中新闻、社教类14篇，一等奖9篇；文艺类10篇，一等奖6篇）；14篇作品获辽宁新闻奖（其中一等奖5篇）；5篇作品获宣传辽宁优秀新闻奖（其中特等奖1篇，一等奖1篇）；7篇作品获辽宁省优秀播音作品奖（其中一等奖4篇）；9篇作品获辽宁优秀新闻学论文奖（其中一等奖2篇）；5篇作品获辽宁广播新闻类优秀论文奖（其中一等奖4篇）；5篇作品获辽宁省优秀广播文艺论文奖（其中一等奖2篇）；3篇作品获全国优秀文艺节目奖（其中一等奖2篇）；1篇作品获全国优秀播音作品奖；1篇作品获全国播音论文奖；7篇作品获中国广播奖；2篇作品获中国新闻奖等等。1994年在省以上评奖中获奖作品之多，一等奖之多，都是我台历史上前所未有的。特别值

得一提的是在广西南宁进行的“中国广播奖”新闻、社教类节目评奖中，我台有4个节目获一等奖。它们是《马家军的故事》、《政府大院25分钟》、《烈士陵园被冷落引发的思考》和《好儿媳程玲》。4个节目在全国评奖中同时获一等奖，也是我台历史上的第一次。

第三，辽宁电台的影响不断扩大。由于名牌栏目和优秀节目、优秀作品的大量涌现，不断加深和扩大了辽宁电台在听众中的影响。1994年我台节目的收听率又有新的提高。在1994年底省统计局、省社会经济评价中心组织的首次辽宁省传媒受众调查中，辽宁电台被评为“听众最喜爱的电台”。

1994年是辽宁电台在宣传方面取得大丰收的一年。这不是浮夸，也不是吹牛。这是全台同志，特别是编播人员用辛勤的劳动和汗水浇灌出来的丰硕果实。

在宣传上不断提高节目质量、创名牌节目、优秀作品的实践，必然地推动了我台编播人员对广播理论的研究。1994年我台参加广播理论探讨和研究的人员之多，题目之广，都超过了前三年，论文的质量也比过去有明显提高。这本集子里收入的仅是部分同志的研究文章。

实践——认识——再实践——再认识……只要我们坚持这样一条正确的认识路线，辽宁电台的宣传质量和广播理论的研究水平一定会不断提高。

丁仁山

1994年12月

目 录

序言.....丁仁山 (1)

主持人机制与深化广播改革.....李 力 (1)

广播节目主持人的发展趋势及个性化.....李 涛 (12)

提出“以正确的舆论引导人”的现实意义

.....王 慧 (21)

增强创优意识 提高宣传质量.....王煥福 (29)

为听而写

——广播新闻写作浅谈.....杨青 王伟 李锐刚 (35)

浅谈农村录音报道的采制.....钱 波 (39)

常变常新

——谈广播节目形式对节目内容的能动作用

.....董 毅 (44)

被动收听与悬念导语

——谈在广播新闻导语中设置悬念.....赫丛年 (51)

浅谈年轻记者如何培养新闻敏感.....龚竹影 (55)

增加广播短新闻的“含金量”.....徐天宇 (60)

刻意求新与信手拈来

——广播体育编辑工作琐谈.....高天明 (66)

体育报道中“豆腐块”的地位和作用.....王新阳 (71)

广播记者要会“播”.....张 华 (74)

广播现场报道之我见.....赫丛年 宋明辉 (77)

浅谈引发新闻官司的起因·····	吴 军 (81)
谈驻地记者如何捕捉到鲜活的新闻·····	钱东如 (84)
发挥驻地记者的群体优势 搞好战役性报道 ·····	孙宝国 张庭杰 (88)
我对采录人物讲话的点滴认识·····	隋会民 (99)
论听众层次与节目质量的关系·····	姜英华 (105)
对听众参与类节目的一点看法·····	周 霖 (109)
试论直播板块节目的有意构思与即兴构思 ·····	小 曼 (114)
浅谈如何增强广播信息的社会服务功能 ·····	庞志健 (120)
办好广播教育 服务于社会发展·····	寇志凤 (123)
强化经济宣传的力度是经济台的首要任务 ·····	吕玉忠 (128)
经济台的编辑、记者要当好经济工作的参谋 ·····	孙大雪 (132)
浅议经济台的经济信息传播·····	李 莹 (137)
努力提高经济台直播节目的质量·····	吴志成 (142)
对话与倾听：现代人寻求心灵慰藉的妙方 ——谈《轻风夜话》节目·····	马瑞峰 李 珂 (147)
主持人如何把握新闻播音·····	王 京 党志明 (155)
主持人播音六忌·····	齐 芳 (158)
减少差错是保证新闻安全播出的有效途径 ——谈播音员在新闻直播中面临的问题 ·····	王 岩 (165)
文艺播音的审美创造·····	林 钢 (169)
浅谈声像媒介人物的影响力·····	曲玉清 (175)

谈节目主持人的专业素质·····	胜 春 (181)
谈节目主持人的“编采播控”合一·····	夏 阳 (188)
谈采编播合一节目主持人的特性·····	雪 梅 (192)
办好直播必须提高主持人综合素质·····	李秋女 (195)
直播节目主持人的配合艺术·····	刘 畅 (201)
试论广播直播节目主持人的角色定位·····	范 蓉 (206)
节目主持人的自我完善·····	王笑梅 李 薇 (213)
完美塑造主持人个性“我”及个性“我”的形象 ·····	王 玲 (217)
浅谈节目主持人的语言运用 ·····	林 畅 林 欢 杜士德 (221)
试论广播节目主持人的“说”功 ·····	李 珂 马瑞峰 崔宏平 (226)
谈节目主持人的语言魅力·····	李 明 (231)
谈节目主持人的个性风格·····	晓 君 (234)
谈谈主持人的播音·····	王兴余 (238)
谈谈户外直播中的节目主持人·····	俊 波 (242)
从美学观点探讨直播节目主持人的平衡心态 ·····	戴 虹 (247)
面对“上帝”的思考 ——谈谈节目主持人的心态和使命·····	夏 冰 (251)
雅俗共赏是广播文艺发展的趋向·····	高 岚 (256)
文艺广播呼唤精致文化 ——兼谈“诗词歌赋”赏析节目 ·····	王 亮 (263)
广播征文 推出新人 ——从辽宁电台相声、小品征文大赛谈起 ·····	耿 柳 (267)

谈广播剧配乐中的“感情移入”	傅长春 (271)
试析《三足鼎立的长篇连播演播群体》	海 泉 (274)
音乐在直播板块节目中的作用	蒋 培 (282)
谈谈编排《星河之夜》戏曲综合文艺节目的几点体会	李 薇 (286)
广告与新闻	胡 珊 (290)
广播广告媒介的优势和特点	黄 杰 (294)
浅谈广播广告语言	高淑琴 (299)
让听众自然地接受 ——谈“雪花啤酒”广播广告的文案写作	徐丽涛 (304)
节目主持人“专业化”	文 涛 (306)

主持人机制与深化广播改革

李 力

社会主义市场经济体制的建立，必然引起各个领域的深刻革命。不管人们意识到与否，近几年，广播界的一系列改革，客观上都在顺应着市场经济发展的需要。

节目主持人的大量涌现，正是这一潮流的充分体现。本文旨在通过剖析节目主持人的崛起这一现象产生的社会背景，对广播人事管理体制的冲击及发展趋势，探讨在深化广播宣传改革的同时，如何加强广播主体的内部配套改革，使广播媒介在社会经济和人民生活中发挥更大的作用。

一、节目主持人在我国崛起的社会背景

节目主持人是直接参与节目的策划、组织、处理和播出，并处于节目中心地位的人。依工作方式不同，节目主持人可以分为两类，一类集采、编、播于一身，另一类是负责将别人编辑好的各类节目串联播出。这里主要指的是第一类节目主持人。

以主持人形式办节目，国外大约在20世纪40年代和50年代就出现了。我国在70年代末、80年代初期，广播节目主持人还是凤毛麟角，只有沈力、徐曼、李一萍等少数几个人。而近10年来，随着主持人节目在广播节目中所占比例的增大，节目主持人队伍也突然庞大起来。无论是文艺节目，还是经济类节

目，或是知识教育类节目，特别是融新闻性、教育性、知识性、娱乐性于一体的综合板块节目，都大量采用主持人直播方式播出，听众随时都能听到各类不同风格的主持人的声音。到目前为止，从中央台到地方台，从综合台到系列台，几乎没有哪一个台没有主持人。由于主持人节目日益受到听众欢迎，一些主持人甚至成了听众心中的明星、偶像。可以说，主持人的崛起为广播重振雄风起了不可忽视的作用。

产生上述现象的原因是什么呢？

首先是广播功能重新定位的结果。广播是以电子技术为信息载体的大众传媒，是人们进行各类社会活动不可缺少的舆论工具。作为党和政府的喉舌，广播具有政治功能，它在发布政令、宣传党的方针政策、组织群众为实现党在各个时期的政治任务方面发挥了巨大的作用。适应这种政治宣传的需要，广播的播音方式要求播音员以庄重、严肃的风格，完整、准确地表述稿件内容，以增加广播的权威性。

在新的历史时期，经济建设成为党的中心任务。社会活动的多样性和人们日益增长的物质文化的多方面需求，使广播的教育功能、娱乐功能、服务功能等多种功能得到进一步开发。特别是在社会主义市场经济体制建立的过程中，人们更加认识到作为第三产业的广播媒体有着独特的经济功能，这种功能是借助快速、广泛地传递各种经济信息从而带来一定的经济效益而实现的。第三产业的客观地位和为了求得自身的发展也要讲效益的意识，使得广播宣传更要体现出服务的精神。这就需要改变过去的播音方式，不是照稿播，而是和听众述说，运用亲切、自然、生动、灵活的更具“人格特色”的节目主持人形式，适应社会的发展和人们的多方面需要，实现广播媒体的多种功能，更好地服务于社会、服务于人民。

其次是适应听众参与意识增强的需要。改革开放拓宽了人们的视野，随着民主意识的增强，人们参政议政的愿望更强烈了，他们更愿意通过相互的交谈，探讨问题，发表意见。在经济活动中，他们一方面要收听别人的信息，另一方面也需要尽快地发布自己的信息，推销自己的产品。在日常生活中，由于广播本身所具有的优势，人们愿意借助它寻医问药，了解一些生活常识，苦闷的时候，也愿意能和主持人聊一聊，求得心理的平衡。显然，过去信息单向传递的播音方式，已不能满足听众的上述要求，只有那种能像朋友一样面对面地促膝谈心的主持人直播方式，才能沟通传播者和接受者之间的心灵，使节目播出过程同时成为信息反馈过程，实现交流的双向传递。

再次是适应节目播出方式改革的结果。过去，广播内部的宣传机构是根据节目的不同类别而划分的，例如新闻部、专题部、文艺部等等。各类节目的播出时间相对固定，播音员也有所侧重地播某一类或某几类节目的稿件。而在近几年的广播宣传改革中，那种完全以节目类别为依据而划分时段的播出方式，几乎被大时段综合板块节目直播方式所替代。这种播出方式的特点是，板块融新闻性、知识性、娱乐性、服务性于一体，通过交谈的方式，在传递给听众多种信息的同时，也给他们营造了一个轻松、愉快的收听氛围。它要求播音者知识面要广，思维敏捷，善于随机应变，不受稿件的制约而能随时同听众交流，言语亲切、热情，主持节目轻松、自然，话题转换巧妙、及时。显然，这和传统的播音方式是不同的。于是适应大时段直播板块的节目主持人也就产生了。

新的职业往往是伴随着社会分工的变化而出现的。而社会分工的变化又是适应社会经济发展的结果。主持人的出现，使广播宣传适应了社会经济发展的需要，不仅可以进一步推进节

目改革，也使得广播电视产业得以更好地发挥其自身的社会价值和经济价值。如果我们留意观察就会发现，在市场经济条件下，广播电视传媒相互竞争的一个重要方面，就是节目主持人之间的竞争。节目主持人的“明星”效应，足以给宣传媒介带来更大的社会影响，从而带来更多的经济效益。据资料记载，美国哥伦比亚广播公司的名牌新闻杂志节目《60分钟》，自1968年9月开播以来，每周日晚一次。从1979年起，这个节目在美国一直保持着收视率的最高水平（前10名）。据1993年统计，此节目开办25年来，为该公司赚13亿美元，而现在每年均赚5000万美元。谈到这个原因时，节目总编导唐·休伊特认为，除了节目的哲理思想外，一个重要原因是因为它吸引了优秀的记者参加。他说，有人曾问我，是否每周增加一次《60分钟》，我的回答是，如果能给我弄来有名主持人就行。如果只给我一些平庸之辈，那么增加节目的事就无从谈起了。这个节目的优秀主持人，都是一些有影响的优秀记者。

二、主持人节目面临的问题

直播方式的主持人节目使广播节目面貌一新。凡采用这一播出方式的电台，几乎都在当地产生了轰动效应。而随着时间的推移，当人们对主持人刚一出现时产生的那种新鲜感消失之后，人们就会认识到，现有的主持人和主持人节目很难满足听众欣赏情趣的提高和听众市场多样化的需求了。提高主持人素质，保持主持人队伍的活力，使其适应市场经济的发展和深化广播宣传改革的需要，是急待解决的问题。

节目主持人面临的问题有以下几个方面：

1. 听众文化层次的提高，要求主持人不断提高自身素质。广播电台现有的主持人，一般由三方面人员组成：部分播

音员，台内编辑记者，社会招聘人员（来自各个行业）。尽管这些人被选为主持人时基本上具备相应的业务要求，但随着社会的向前发展，面对市场经济提出的新问题，特别是听众整体智力结构、知识结构的提高和对新的文化科技知识的追求，要求主持人也要提高自己的业务水准，拓展自己的知识领域，运用生动活泼的宣传形式，更好地驾驭节目，提高节目的播出质量。当前，提高主持人的素质问题，已经引起了广播界的注意。全国主持人研究会的成立及开展的关于主持人的综合素质、品德修养、主持风格、言语、情感、交流艺术等一系列课题的讨论、研究，充分显示了人们对这个问题的重视。素质的提高需要一个过程，这和听众对主持人较高的期望值及尽快提高广播节目质量的现实构成了矛盾，这是主持人所面临的一个问题。

2. 广播节目播出时间的增加，需要主持人队伍保持一定的数量。市场经济愈活跃，社会对信息的需求量愈大。广播是传递信息的最佳媒体之一，适应市场经济的发展，开发广播频率资源，既可以服务于社会，也有利于广播的自身发展。据资料统计，全国广播电台1990年有555座，1993年则达987座。电台数量的迅速增加，充分表明广播时间总量的增加。以辽宁台为例，由于经济台、立体声台、信息台的开办和播出时间的调整，目前全天播音时间已达61小时之多，显然需要扩大编采队伍，特别是需要大量的节目主持人。

各台节目主持人的工作量一般都比较大大，播出时间的迅速增加，使主持人队伍更显数量不足。靠院校培养，不啻于杯水车薪。况且如何培养主持人，对院校来说，也是一个新课题。靠广播电台本身的“体内”输送，能够适合做主持人的也早就走马上任了。相比之下，通过社会招聘更能立竿见影，解决用

人的燃眉之急。目前，定期从社会上招聘节目主持人，几乎成了各家电台的常年业务。但由于这些人对广播业务不甚熟悉，其自身业务提高和对节目的适应，也需要一个过程，客观上，也将在一定时期影响节目质量。应该看到，保证主持人的一定的数量，实际上就为尽快提高主持人的质量创造了条件。根据节目类别和播出时间，科学地配备节目主持人，为他们创造“补充给养”的机会，既有利于主持人业务的再提高，也有利于节目的宣传质量。这也是我们面临的一个问题。

3. 客串主持人的兴起，要求专业主持人向“一专多能”发展。办好专题板块型节目，要求主持人熟悉有关的业务，而我们现在的节目主持人很少有专家学者型的。为了解决这个问题，很多台纷纷采用嘉宾主持人方式，或聘用业余节目主持人。特邀嘉宾往往对所参与节目的内容比较熟悉，甚至是这方面的专家，尽管他们的播音技巧不如专业人员，但是他们的专业知识却可以弥补这些缺憾。业余节目主持人使用起来比较灵活，好则用，不好则辞，这也被称为“非广播人”主持节目。据一份资料记载，台湾作家马叔礼文学功底相当深厚，许多电台请他主持节目。由于他文学戏剧知识根基扎实，对诗词、古典文学又能融汇贯通，主持起节目来出神入化，无所不谈，使听众很具临场感，能够领悟诗词中的情境心境。爱听他主持节目的人，总是一到时间就安静地守在收音机旁，遨游马叙礼的空中世界。其实，在我们的节目中，请专家、学者等行家里手做嘉宾，客串主持节目，几乎是经常事，举不胜举。邀请各行各业专业人才走进播音室，直接主持节目，不仅可以提高节目质量，还可以为听众提供各种专业咨询服务，使节目更具深度，客观上扩大了主持人队伍，对解决主持人数量不足和提高节目质量来说，不失为一种好办法。同特邀嘉宾的合作，还有

助于专业主持人文化素质的提高。根据自己的业务实际，有重点地熟悉一个或几个战线的情况，深入学习有关知识，做到一专多能，这应是主持人努力的方向。

主持人节目所面临的种种问题，是如何进一步提高质量的问题，说到底是如何选好人才，用好人才的问题，这要靠建立和完善主持人机制来解决。

三、完善主持人机制，深化广播宣传的配套改革

主持人机制就是关于主持人的选拔、培养、使用、提高，优胜劣汰的管理过程，是在市场经济大环境下的广播人才竞争机制。完善主持人机制应当注意以下几个问题：

1. 坚持主持人上岗的考核制度

在市场经济条件下，作为第三产业的广播媒体根据变化的市场和人们的需求不断调整节目，并通过选拔优秀的节目主持人来实现其宣传目的。因此，这种传媒间的竞争，在一定意义上又表现为节目主持人之间的竞争。其结果是受欢迎的主持人节目得以继续保留和完善，影响不大或收效不佳的节目将被调整。这种竞争，也使得主持人不断认清自我，提高自身素质，从而达到主持人队伍整体素质的提高。

对主持人实行上岗考核制度，有助于提高他们的素质。可以通过定期考试、考核等办法，审核他们的业务，看其是否具备规定的上岗标准。也可通过听众调查评比等方式，排定主持人“金榜”，鼓励竞争，后来居上。当然，不适应工作需要的主持人也将被停止上岗，甚至被逐渐淘汰。要建立主持人节目的监督评价制度，通过评播员和各种问卷调查方式，测定该节目的收听率、社会反响，对主持人的综合素质做出科学评价，做到胸中有数，知人善任，从而合理使用人才。

2. 完善节目主持人负责制

主持人节目有新闻类、专题类、文艺类等多种。主持人风格也依本人客观条件的差异和节目内容的不同而各异。或简洁明快、热情大方，或幽默诙谐、温文尔雅，或清纯甜美、亲切婉转，或庄重质朴、沉稳睿智……不管其风格如何，由于这些节目主持人能集采、编、播于一身，具有一定的驾驭语言的能力，既能对节目进行整体构思，又会妥善地把握各个环节，和听众交流自如大方，颇受听众喜爱，从而也大大提高了节目的知名度。在此基础上，如果能继续完善节目主持人负责制，将会进一步提高节目质量。

实行节目主持人负责制，就应当赋予主持人一定的责任和权利，使他对节目的质量负责，并有权根据节目的宗旨，挑选合作伙伴，选择播出形式、安排稿件、邀请嘉宾、组织听众参与。节目播出时间应相对固定，这样，有利于提高主持人对节目的责任感，也便于作出整体规划。例如，中央台的“正大综艺”节目，播出时间和主持人固定后，就可以使节目主持人在听众的帮助下定期总结经验教训，使节目内容不断丰富，质量不断提高。由于这种对节目的承包方式与个人能力挂上了钩，就会大大刺激主持人的工作积极性和责任感。主持人也应当处理好所主持节目的社会效益和经济效益的关系，在保证前者的条件下，尽可能的创造一定的经济效益。主持人的报酬也应当拉开档次，同节目的质量和总体效益挂钩，体现多劳多得，奖优罚劣的原则。

3. 多渠道选拔和培养节目主持人，保持主持人队伍的活力

广播媒体要在市场经济的竞争环境中站住脚，一方面要不断生产出适销对路的宣传产品，另一方面，要有一批包括主持

人在内的优秀的生产人员。流水不腐，户枢不蠹，当前，不断培养和推出新的优秀节目主持人的有效作法是：将专业培养和社会招聘相结合，有计划地选拔主持人，将在职提高和脱产培训相结合，有效地提高主持人的素质。

主持人队伍处在不断变化的过程中。随着客观条件的变化，主持人队伍中有来的、有走的、有跳槽的、有落伍的，人员的经常流动和相对稳定是一个正常现象。目前，面向社会招聘业余主持人并择优聘用，已经成了各广播传媒的主要用人途径。以辽宁台为例，自1990年以来，各系列台已经陆续招聘了五期节目主持人，主持人队伍基本保持在百人左右。加强主持人的业务培训有多种途径：可以采取建立主持人工作领导小组的办法，组织他们边上岗，边定期交流业务，讲评节目，提出问题，明确方向；也可以有计划地派出学习，和兄弟台易地主持，切磋技艺；或者适时参加有关部门举办的各种主持人培训班，脱产学习。

总之，有针对性地采取各种措施，培养和提高主持人的综合素质，激发他们的工作热情和奋斗精神，是保持主持人队伍活力要经常研究的问题。

4 保持主持人队伍的活力，需要尽快形成选拔主持人的人才市场。

主持人是主持人节目的最终完成者，也是和听众直接交流情感的空中交谈者。主持人的形象往往代表了一个台的形象，主持人的独特风格也往往使其受到部分听众的偏爱，成为他们的良师益友，甚至成为青年朋友崇拜的偶像。主持人的工作特点和他的“明星”效应吸引了不少年轻人，成为他们的择业追求。广播节目内容的丰富性，决定了主持人应当具备广博的学识，而受过专门训练的主持人的匮乏，又为那些具有一定语言

表达技巧的各行各业的专业人才打开了步入主持人职业的大门。定期的主持人招聘工作，使一支业余主持人队伍逐渐形成，其中的佼佼者会不断崭露头角，成为步入专业主持人队伍的有生力量。而踏上专业岗位的主持人，有的也会在优胜劣汰的竞争机制中被淘汰，另择新的岗位。

如果我们把业余主持人队伍看作是主持人人才市场的雏形，那么他们所处的地域越广，所跨行业越多，这支队伍就可能越庞大，人才市场的规模也就越大，广播媒体选择优秀的专业人才的机会就越多。实际上，由于广播宣传大量采用主持人直播方式，不仅培养和造就了一支专业主持人队伍，客观上也培育了主持人人才资源得以形成的潜在土壤。不少听众由于经常参与节目，大大提高了表达能力，甚至练就了主持的本领。在此基础上，培育并完善主持人人才市场，使广播媒体的人事管理制度同市场经济的人才机制相接轨，更好地发挥广播第三产业的作用，是我们应当努力做好的一项工作。

当然，这种人才选拔和交流的良性循环，是一种理想化的模式，在目前的条件下，由于受到种种客观条件的限制（例如地域、户口、住房等），在一定程度上影响了业余主持人的数量和主持人人才市场的形成，不利于主持人机制的形成和完善。

5. 实行主持人合同聘任制，将市场机制引入人事管理。

市场机制的引入，意味着改变广播人事管理制度统包统配的计划模式，形成新的人事管理体制。这就是根据社会需求设置节目，根据节目决定机构，根据机构决定人员，设立主持人岗位，打破专业主持人的“铁饭碗”，取消“专业”和“业余”之分，面向社会招聘人员，实行主持人合同聘任制。这意味着，取消人员的身份限制，实行机会面前人人平等，不管你